



KAA Annual Conference 22th

2022 한국광고주대회 개최

한국광고주협회가 10월 20일 조선포털에서 광고산업의 발전 방안을 논의하는 '2022 한국광고주대회'를 개최했다. 코로나 팬데믹 영향으로 3년만에 오프라인 행사로 열린 이번 대회는 '광고의 자유와 선택'이라는 슬로건 아래 광고주, 매체사, 광고회사, 학계 등 광고계 인사 400여명이 참석했다.

2023년 광고 시장 분석 및 미디어 MIX 전략 제시

오후 2시부터 개최된 ‘광고주대회 기념 특별세미나’는 국내 광고업계 전문가들이 연사로 나서 ▲디지털 미디어 환경변화를 살펴보고 ▲변화된 소비자들을 겨냥한 다양한 광고집행 사례와 트렌드를 조망했다.



먼저 제1주제 발표를 맡은 백승록 아이지에이웍스 CMO는 “디지털로 인한 미디어 환경 및 소비자 라이프스타일이 변하면서 많은 기업들이 디지털 전환을 선택이 아닌 생존의 문제로 인식하고 최우선 과제로 배정했다”며 “디지털 데이터 역량을 키우고, 스스로 데이터를 분석하기 위해 노력해야 한다”고 설명했다. 또한 그는 1st Party Data와 3rd Party Data의 통합 활용을 강조하며 커머스, 모바일, TV, 광고 데이터 등 미디어 다양화에 따라 활용할 수 있는 모든 데이터들을 활용해 시장과 경쟁사, 소비자를 분석해 광고 전략을 세울 것을 당부했다.

제2주제에서는 박현수 단국대 교수가 국내 최초로 ‘어드레서블TV’의 광고효과에 대해 연구하고 결과를 발표했다.

- 1 세미나 1주제를 발표하는 백승록 아이지에이웍스 CMO
- 2 세미나 2주제를 발표하는 박현수 단국대 교수



박 교수는 “어드레서블TV 광고는 시청 시간과 관계 없이 모든 타겟에게 광고를 고르게 노출할 수 있어 불필요한 노출을 방지하고 기존 TV 광고보다 목표 수용자에 대한 도달률을 높일 수 있다”며 “특히 이번 연구를 통해 특정 지역을 대상으로 하는 각기 다른 마케팅 전략의 집행이나 매출 효과 유발이 가능하다는 것을 증명했다”고 전했다.

이어 “적지 않은 광고주들이 TV로 다시 돌아오는 상황에서 기존 TV광고의 장점과 함께 타겟팅이 가능한 어드레서블TV 광고의 효용성은 더욱 커질 것으로 기대된다”고 밝혔다.

‘서로 다른 기준, 광고효과 측정과 최적배분의 함정’을 주제로 3주제 강연을 진행한 황성연 닐슨미디어코리아 박사는 “그동안 매체간의 차이로 형식과 목적에 따라 분리되었던 광고는 최근 매체간의 기능 통합에 따라 노출성과를 통합하여 분석하려는 경향이 강화되었다”고 설명했다.

이어 “통합효과를 측정하고, 광고비 최적배분을 위해서는 서비스별, 매체별 중복율 산출이 필수”라면서 “기존에 사용하던 지표의 특성을 파악하고 새로운 지표에 대한 협의 및 합의, 그리고 초기 조사비용 및 체계구축을 위한 정책적 지원과 업계의 활용성 증대를 위한 제도개선이 함께 이루어져야 한다”고 강조했다.

마지막으로 올해 미디어 트렌드와 2023년도 시장 전망에 대해서 강신일 제일기획 본부장이 발표를 이어갔다.

강 본부장은 “코로나 초기와 달리 현재는 비대면 회의, 재택근무 등 새로운 일상에 적응하며, 코로나가 일으킨 변화를 수용하고, 공존하는 ‘위드 코로나, 위드 모바일’ 시대”라며 “레거시 미디어들은 기존 각 미디어가 확보한 핵심역량과 모바일의 특성을 결합하여 위드 모바일 시대에 맞게 성공적으로 트랜스포메이션 중”이라고 설명했다.

아울러 그는 올해 큰 미디어 이슈들로 ▲넷플릭스의



3 세미나 3주제 강연을 진행한 황성연 닐슨미디어코리아 박사

4 세미나 4주제인 올해 미디어 트렌드와 2023년도 시장 전망에 대해 발표한 강신일 제일기획 본부장

광고 요금제 도입 ▲검색 포털을 넘어 국내 최대 규모의 이커머스로 변신하고 있는 네이버 ▲오리지널 콘텐츠 제작 및 확보를 통해 방송사의 영역까지 확장해 나선 쿠팡과 카카오 등을 거론했다.

마지막으로 “모바일과 기존 미디어의 공존 및 성장은 2023년에도 지속적으로 이어지리라고 생각한다”며 “더 이상 모바일 퍼스트(Mobile First)도, 모바일 온니(Mobile Only)도 아닌, 우리는 위드 모바일(with Mobile) 시대에 살고 있다”고 강조했다.



광고주로서의 역할과 책임 다하기 위해 '광고주선언' 선포

오후 6시부터는 '광고주의 밤'행사가 진행됐다. 최선목 회장은 개회사를 통해 "우리 협회는 신기술을 활용한 광고 기법을 모색하는 한편, 과학적인 데이터에 기반한 광고 집행 환경을 조성해 나아가자 한다"며 "글로벌 스탠다드에 부합하는 제도적 틀을 마련해 광고산업의 선진화를 이끌어 내겠다"고 밝혔다.

이어 "국민에게 올바른 뉴스를 전달하고 유사언론 폐해를 해소하는 건강한 저널리즘 문화 확립에도 적극 동참하고자 한다"고 전했다.

특히 올해는 디지털 광고가 급성장하면서 나타난 브랜드 안전성, 광고 사기, 사이버언론의 불합리한 광고 영업 관행 등의 문제에 적극 대처하고, 광고주로서의 역할과 책임을 다하기 위해 '광고주선언'을 선포했다.

5 2022 한국광고주대회에서 개회사를 하는 최선목 광고주협회 회장
6 광고주선언을 선포하는 김승일 운영위원장



5



6



- 7 2022 광고주가 뽑은 신문기획상 수상 발표
- 8 이영규 광고주협회 경제홍보위원장(왼쪽에서 3번째)과 이명건 동아일보 편집국장(왼쪽에서 4번째), ‘모두를 위한 성장 넷 포지티브’ 시리즈를 기획 취재한 기자들이 수상 기념 사진을 촬영하고 있다.
- 9 이영규 광고주협회 경제홍보위원장(왼쪽에서 3번째)과 홍준석 서울경제신문 편집국장(왼쪽에서 4번째), ‘다시 기업을 뛰게 하자’ 연중 기획 시리즈를 기획 취재한 기자들이 수상 기념 사진을 촬영하고 있다.
- 10 이영규 광고주협회 경제홍보위원장(왼쪽에서 4번째)과 주용중 조선일보 편집국장(왼쪽에서 5번째), ‘무법천지 노조공화국’ 시리즈를 기획 취재한 기자들이 수상 기념 사진을 촬영하고 있다.

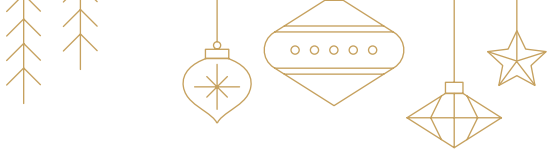
계속해서 이어진 시상식에서는 독창적인 기획력과 아이디어로 자유시장경제의 올바른 인식 제고 및 기업이 정신 고취, 기업의 자유로운 경제활동에 기여한 우수한 기사를 발굴하는 ‘광고주가 뽑은 신문기획상’의 수상이 이어졌다.

신문기획상은 한국광고주협회 경제홍보위원장을 맡고 있는 이영규 현대차그룹 부사장이 시상했다.

수상작에는 ▲동아일보의 ‘모두를 위한 성장 넷 포지티브’ 시리즈 ▲서울경제신문의 ‘다시 기업을 뛰게 하자’ 연중기획 시리즈 ▲조선일보의 ‘무법천지 노조공화국’ 시리즈가 각각 선정되었다.

먼저 ‘모두를 위한 성장 넷 포지티브’ 시리즈로 신문기획상을 수상한 이명건 동아일보 편집국장은 “기업의 더 나은 미래를 위한 역할에 초점을 맞춘 연중기획 ‘넷 포지티브’ 시리즈는 기업과 미래 세대를 포함해 모두의 이익을 위하고, 지속가능성을 추구하는 현장을 생생하게 보여주고 있다”며 “엔터프라이즈십, 즉, 기업이 정신에 대해 기업의 세상에 대한 기여를 심층 보도했다”고 전했다.





이어 “보도의 가치를 인정해 주고 의미있는 상을 주신 광고주협회에 감사의 말씀과 발로 뛰며 취재한 동아일보 기자들에게 격려의 메시지를 전한다”고 수상 소감을 밝혔다.

‘다시 기업을 뛰게 하자’ 연중기획 시리즈로 수상을 한 홍준석 서울경제신문 편집국장은 “다시 기업을 뛰게 하자’ 시리즈는 40여회에 걸친 장기 프로젝트임에도 이 기간동안 물심양면으로 도와주고 이해해주신 많은 기업인에게 감사의 말씀을 전한다”고 말했다.

또한 “많은 언론사의 기획 기사 중에서도 서울경제를 믿고 지지해 준 만큼 더 듣고 더 소통하고 호흡하면서 없어서는 안될 신문, 반드시 필요한 정론지로서 거듭날 수 있도록 노력하겠다”고 소회를 밝혔다.

‘무법천지 노조공화국’ 시리즈로 수상을 한 주용중 조선일보 편집국장은 “지금처럼 경제가 안 좋은 상황에서 대회 캐치프레이즈인 3가지 원칙(Free Market, Free Communication, Free Choice)을 지켜 나가면 경제도 그렇고 우리 기업도 앞으로 더욱 번창할 것”이라고 이야기했다.

아울러 “오늘 받은 상인 ‘무법천지 노조공화국’은 기업이 누구보다도 피부로 느끼고 있는 노조의 문제점을 용감하게 파헤쳤다고 자부한다”며 “조선일보가 다시 신발끈을 매고 열심히 달려나가겠다”고 수상 소감을 전했다.

KAA Awards 올해 화제의 콘텐츠 선정

KAA Awards 신문기획상 시상 이후 ‘광고주가 뽑은 프로그램상’ 시상이 이어졌다. ‘광고주가 뽑은 프로그램상’은 광고 효과가 높아 브랜드 인지도·매출 증대에 기여하고, 참신한 소재와 새로운 시도로 화제성이 높은 콘텐츠를 대상으로 200대 광고주 설문조사를 통해 선정된다.

2022년 ‘광고주가 뽑은 프로그램상’은 한국광고주협회 광고위원장을 맡고 있는 홍경선 삼성전자 상무가 시상했다.

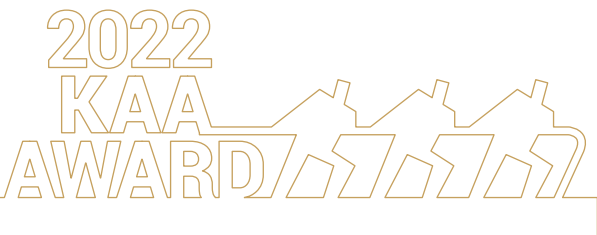
수상작에는 ▲ENA 이상한 변호사 우영우 ▲KBS 신사와 아가씨 ▲MBC 나혼자산다 ▲SBS 골 때리는 그녀들 ▲tvN 우리들의 블루스 등 5편이 선정됐다.

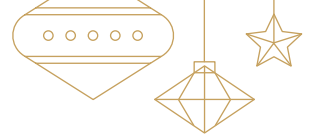
먼저 올 한 해 큰 화제를 불러온 드라마로 프로그램상에 선정된 ENA ‘이상한 변호사 우영우’는 신재형 ENA 콘텐츠전략센터장이 수상에 나섰다. 신 센터장은 “오늘 같이 영광스러운 자리에 서게 해줘서 감사하다”며 “시청자들에게 사랑받는 콘텐츠, 광고주들을 만족시킬 수 있는 콘텐츠를 선보일 수 있도록 앞으로도 최선의 노력을 다하겠다”고 수상 소감을 밝혔다.

‘신사와 아가씨’로 상을 수상한 신창석 KBS PD는 “김구 선생님은 부강한 나라가 되기 보다, ‘높은 문화의 힘’을 가진 나라가 되었으면 한다고 말하셨다”며 “문화의 힘이 높은 그런 나라를 만드는데 여기 계신 광고계 분들의 역할이 컸다”고 이야기했다.

이어 “신사와 아가씨가 종영한지 6개월 정도가 되었는데, 최근 넷플릭스에서 역주행을 해 Top10 안에 3개월을 머물렀다”면서 “이제 세계인들이 한국의 주말드라마까지도 주목할 수 있게 ‘문화의 힘’을 달성하게 해준 여기 계신 모든 분들에게 감사의 인사를 드린다”고 전했다.

특히 신창석 PD와 함께 ‘신사와 아가씨’에 출연한 아역 배우 서우진 군이 수상을 함께해 사람들의 시선을 사로잡았다.





11



12



13



14



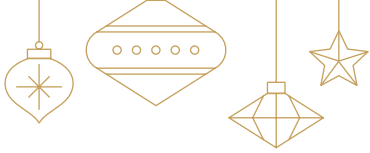
15



16



- 11 광고주가 뽑은 신문기획상에 선정되어 수상소감을 발표하는 홍준석 서울경제신문 편집국장
- 12 홍경선 광고주협회 광고위원장(왼쪽)과 신재형 ENA 콘텐츠전략센터장(오른쪽)이 수상 기념 촬영을 하고 있다.
- 13 홍경선 광고주협회 광고위원장(왼쪽)과 아역 배우 서우진 군(가운데), 신창석 KBS PD(오른쪽)가 수상 기념 촬영을 하고 있다.
- 14 홍경선 광고주협회 광고위원장(왼쪽)과 이민지 MBC PD(오른쪽)가 수상 기념 촬영을 하고 있다.
- 15 홍경선 광고주협회 광고위원장(왼쪽)과 김화정 SBS PD(오른쪽)가 수상 기념 촬영을 하고 있다.
- 16 홍경선 광고주협회 광고위원장(왼쪽)과 김성민 스튜디오드래곤 CP(오른쪽)가 수상 기념 촬영을 하고 있다.



‘나 혼자 산다’ 이민지 MBC PD는 “나 혼자 산다는 오랫동안 사랑받은 프로그램만큼 매번 좋은 모습을 보여주려고 많이 노력하고 있다”며 “나 혼자 산다 스태프들에게 이 영광을 돌리며 앞으로도 좋은 프로그램으로 보답하겠다”고 소회를 밝혔다.

김화정 SBS PD는 “‘골 때리는 그녀들’은 프로그램 출연자만 100여명이 넘는 유례없는 대규모 프로그램인데, 프로그램을 허락해주신 SBS와 대한축구협회 관계자분들께 감사드린다”며 “앞으로도 질 좋은 콘텐츠와 효과적인 광고가 상생할 수 있는 프로그램을 만들 수 있도록 노력하겠다”고 말했다.

또한 “2022년 다가오는 카타르 월드컵을 맞아 ‘골 때리는 그녀들’ 만의 특집을 준비 중이니 많은 관심과 사랑을 부탁드립니다”고 덧붙였다.

마지막으로 tvN ‘우리들의 블루스’로 프로그램상을 수상한 김성민 스튜디오드래곤 CP는 “블루스는 코로나로 지친 우리 모두에게 위로를 전하고 싶다는 좋은 마음으로 만들었다”고 기획 의도를 소개했다.

이어 “5천만 인구의 작은 시장에서 세계를 감동시키는 지금이 오기까지 안정적인 제작 환경을 만들기 위해 많은 노력을 기울여 왔는데, 지금처럼 콘텐츠를 세계에 꽃 피울 수 있었던 비결이 광고계를 비롯한 여러분들의 노력이 있었다는 사실이 실감나서 참 감사한 마음이 든다”며 “앞으로도 좋은 작품을 만들어 우리 작품이 세계로 뻗어나갈 수 있도록 노력하겠다”고 수상 소감을 전했다.




17 (위줄) 왼쪽부터 차례대로 ENA ‘이상한 변호사 우영우’, KBS ‘신사와 아가씨’, MBC ‘나 혼자 산다’ (아랫줄) SBS ‘골 때리는 그녀들’, tvN ‘우리들의 블루스’



계속해서 이어진 시상식에서는 배우 김태리 씨가 다양한 제품의 광고모델로 활동하면서 기업과 브랜드의 이미지 제고에 기여한 공로로 ‘광고주가 뽑은 모델상’을 수상했다.

김태리씨는 일정 상 대회에 참석하지 못하고 영상으로 수상소감을 보내왔다. 김태리씨는 “배우 활동을 하면서 사람들에게 큰 사랑을 받는구나 하고 느끼는 것이 브랜드의 선택을 받을 때가 아닌가 싶다”며 “좋은 배우가 되는 일이 이 상의 의미와 또 사랑에 보답할 수 있는 일이라고 생각하며 앞으로도 열심히 노력하도록 하겠다”고 전했다.

마지막으로 이정치 한국광고주협회 명예회장이 건강한 인터넷 환경 조성 및 광고시장 규제 완화를 통해 광고주의 권익보호에 기여한 공로를 인정받아 공로상을 수상했다.

이 회장은 “그동안 광고주협회장으로 활동하며 기업이 잘 돼야 경제도 살고, 일자리와 광고도 늘어난다는 점을 항상 강조해 왔다”며 “지난 9년 간의 활동 결과로 우리 기업은 물론 여러분에게 더 좋은 광고·미디어 환경이 되었다면 이 상보다 더 기쁠 것”이라고 소회를 밝혔다.  김다혜 dahye@kaa.or.kr

18 KAA Awards 광고주가 뽑은 모델상을 수상한 배우 김태리씨
19 KAA Awards 공로상을 수상한 한국광고주협회 이정치 명예회장
20 2022 한국광고주대회 전경



2022 광고주 선언

우리 광고주는 콘텐츠와 플랫폼이 통합되는 제4차 산업혁명 기반의 디지털 환경에서 매체사, 광고회사, 소비자 등과 협력하여 광고산업의 발전과 광고인의 미래를 위한 광고주로서의 역할과 책무를 다하기 위해 다음과 같이 선언한다.

1. 우리 광고주는 어린이와 청소년 보호 등 광고의 사회적·윤리적 책임을 다하고, 소비자에게 신뢰받는 광고문화를 정착시키기 위해 앞장선다.
2. 우리 광고주는 사이버 언론의 일탈 행위와 불합리한 광고영업 관행에 대해 단호히 대처하며, 광고시장이 선순환 할 수 있는 발전된 환경을 조성하기 위해 노력한다.
3. 우리 광고주는 매체사의 광고효과를 검증할 수 있는 정확한 고객 정보와 데이터를 알 권리가 있고 매체사는 이를 제공할 의무가 있음을 강조한다.
4. 우리 광고주는 방송광고 결합판매와 비대칭 규제 등 불합리한 규제완화 및 글로벌 표준에 알맞은 광고환경을 구축하기 위해 노력한다.
5. 우리 광고주는 브랜드 안전과 광고사기 등 디지털 광고의 문제점을 해결하기 위해 공적 기구를 통해 '인증 및 검증 시스템'을 도입하고 최선의 노력을 경주한다.

2022년 11월 11일
제49회 광고의 날을
축하합니다

Creativity Will Save Us Again

크리에이티브는 재미다
크리에이티브는 즐거움이다
크리에이티브는 전략이고
크리에이티브는 무기다

때론, 정체된 시장을 흔들고
때론, 수명을 다한 제품을 되살리는 것

좋은 크리에이티브는
언제나 우리를 구원할 것입니다

다시, 크리에이티브로
대한민국에 힘을!

한국광고총연합회 | 한국광고주협회 | 한국광고산업협회 | 한국디지털광고협회 | 한국전광방송협회 | 한국잡지협회 | 한국PR협회 | 한국광고사진가협회 | 한국광고영상제작사협회
한국ABC협회 | 한국광고자율심의기구 | 한국목외광고미디어협회 | 디애드포럼 | IAA한국본부 | 부산국제광고제조직위원회 | 한국광고학회 | 한국광고홍보학회 | 한국광고PR실학회
*이 광고는 HS애드의 재능기부로 제작되었습니다.